

중기부·중기중앙회, 이탈리아와 中企·협동조합 협력 강화

중기부, MIMIT와 양해각서 교환식
제조 기반 소상공인까지 협력 확장
양국 협동조합 간 교류 통해 강화

중기중앙회, 伊 中企·협동조합
대표기관과 민간 협력 방안 논의

중소벤처기업부와 중소기업중앙회가 이재명 대통령의 순방을 계기로 민간 차원에서 한국과 이탈리아 양국간 중소기업, 중소기업 협동조합 협력을 더욱 강화한다. 이와 별도로 K-브랜드 소비자 우수 제품의 유럽 진출 확대를 위한 행사도 이탈리아에서 열렸다.

14일 중기부와 중기중앙회에 따르면 지난 12일(현지 시간) 이탈리아 로마에서 양국 정상 임석하에 중기부와 이탈리아 기업·메이드인이탈리아부(Ministry of Enterprises and Made in Italy·MIMIT) 간 '중소기업 및 소상공인 협력' 양해각서 교환식을 가졌다. 이번 양해각서는 양국 간 협력 분야를 중소기업에서 제조 기반 소상공인까지 확장하고, 협동조합 간 상호 교류를 포함해 양국의 파트너십을 공고히 한다는데 의미가 있다.



노용석 중기부 제1차관(오른쪽)이 지난 11일(현지시간) 이탈리아 로마 MIMIT 청사에서 아돌포 우르소(Adolfo Urso) 이탈리아 기업·메이드인 이탈리아부(Ministry of Enterprises and Made in Italy) 장관과 악수를 나누고 있다. /중기부

이탈리아는 뛰어난장인 정신을 바탕으로 전통적인 제조 역량과 세계적인 명품 경쟁력을 갖춘 국가로 평가받고 있다. 특히 중소기업이 지역경제의 중심을 이루며 이탈리아만의 독특한 브랜드 가치와 혁신적인 기술로 세계시장에서 독보적인 위상을 차지하고 있다. 이탈리아 협동조합은 다수의 소규모 협동조합이 촘촘하게 연계된 '네트워크형 생태계'가 특징으로, 대기업 못지않은 경쟁력을 발휘하며 전 세계에서 가장 이상적인 모델로 꼽히고 있다. 이번 한국과 이탈리아 간 양해각서에는

양국 협동조합 간의 교류를 통한 협력을 강화하고, 중소기업과 소상공인 분야에서 상호 경제적·기술적 교류를 추진하는 방안이 담겼다.

중기부 노용석 제1차관은 "한국과 이탈리아가 서로의 강점을 결합해 새로운 시장을 개척하고 함께 성장하는 경제 동반자가 되기를 기대한다"며 "앞으로도 이탈리아와 지속적인 교류를 이어가 우리 중소기업·소상공인의 유럽 시장 진출을 더욱 확대해 나가겠다"고 말했다. 중기중앙회는 지난 11일 이탈리아 로마



이탈리아 로마 그랜드 호텔 플라자에서 열린 '한-이탈리아 중소기업·협동조합 MOU & 세미나'에서 (왼쪽 세번째부터)프란체스코 나폴리 CONFAP I 부회장, 마우로 이엔코 LEGACOOP Lazio 회장, 노용석 중기부 1차관, 오기웅 중소기업중앙회 상근부회장 등이 기념촬영을 하고 있다. /중기중앙회

그랜드 호텔 플라자에서 한-이탈리아 중소기업·협동조합 MOU & 세미나'를 열고 이탈리아 중소기업·협동조합 대표기관인 CONFAPI, LEGACOOP과 함께 민간 협력 확대 방안을 논의했다.

'CONFAPI'는 1947년 설립한 이탈리아 중소기업 대표 경제단체로 제조업 중심 중소기업 약 11만 6000개사를 대표하고 있다.

LEGACOOP은 1886년 설립된 이탈리아 전국 협동조합 연합체로, 1만개 이상 협동조합과 700만명 이상 조합원을 대표하는

이탈리아의 대표 협동조합 조직이다.

이번 행사는 지난 1월 조르자 멜로니(Giorgia Meloni) 이탈리아 총리 방한 당시 강조된 양국 중소기업·협동조합 간 협력 확대 기초를 구체화하기 위한 후속 사업으로 마련됐다.

중기중앙회는 이날 CONFAPI, LEGACOOP과 각각 업무협약(MOU)을 체결했다. 기관은 협약을 통해 ▲비즈니스 매칭 지원 ▲협동조합 관련 정책·정보 교류 ▲시장 정보 공유 등을 추진하기로 했다.

오기웅 상근부회장은 "이탈리아는 협동조합과 업종별·지역별 네트워크를 통해 개별 중소기업의 한계를 극복해 온 협동조합 강국"이라며 "이번 교류를 계기로 이탈리아의 중소기업·협동조합 성장 사례를 참고해 국내 중소기업협동조합의 역할 강화 방안을 모색하겠다"고 밝혔다.

이와 함께 'K-Beauty GLOW WEEK in Rome'가 지난 12일부터 13일까지 열렸다. 행사에는 뷰티(미용), 패션(의류), 라이프(생활) 분야에서 견고한 수출 성과를 보이고 있는 중소 브랜드 사 10개사가 참여했다.

/김승호 기자

bada@metroseoul.co.kr



metro

삼성전기, 실리콘 캐패시터로 매출 14조 기대

(올해)

MLCC 이은 차세대 성장동력 육성
글로벌 대형기업과 1.5조 공급계약
고성능 반도체 영역서 강점 보여

삼성전기가 AI 반도체용 초박형 실리콘 캐패시터로 글로벌 대형 고객사와 1조 5570억원 규모 공급 계약을 체결하며 올해 14조원 매출을 정조준하고 있다.

삼성전기는 14일 실리콘 캐패시터를 적층세라믹콘덴서(MLCC)에 이은 차세대 성장동력으로 육성하고 있다고 밝혔다. 앞서 삼성전기는 지난달 20일 글로벌 대형 기업과 1조 5570억원 규모의 실리콘 캐패시터 공급 계약을 공시했다. 계약 금액은 지난해 매출의 13.8%에 해당하며, 공급 기간은 2027년 1월부터 2028년 12월까지다.

실리콘 캐패시터는 실리콘 웨이퍼에 미세한 구멍을 파 표면적을 넓힌 뒤 유전체와 전극층을 형성하는 부품이다. 세라믹 시트를 여러 겹 쌓는 MLCC와 달리 캐패

시터 구조를 실리콘 내부에 구현해 두께를 줄였다. 양산 제품은 접속 단자를 포함해도 전체 높이가 100μm에 미치지 않아 반도체 바로 아래나 패키지 기판 내부에 넣을 수 있다. 기생 인덕턴스(ESL)도 MLCC보다 100배 이상 낮아 고주파 노이즈와 전력 공급 지연을 줄이는 데 유리하다.

AI 서버에서는 이 기능의 중요성이 커지고 있다. 그래픽처리장치(GPU)와 고대역폭메모리(HBM)는 연산 요청이 몰리는 순간 전력 소비가 급격히 늘어나는데, 이때 전압이 흔들리거나 노이즈가 발생하면 연산 오류나 성능 저하로 이어질 수 있다. 다만 삼성전기는 실리콘 캐패시터가 MLCC를 대체하지는 않는다고 강조했다. MLCC는 대용량·고전압과 가격 경쟁력에, 실리콘 캐패시터는 빠른 전력 대응이 필요한 고성능 반도체 영역에 강점이 있는 것이다.

삼성전기는 MLCC와 실리콘 캐패시

터, 반도체 패키지 기판을 모두 공급할 수 있는 점을 경쟁력으로 내세운다. D램 제조에 활용돼 온 ISC(Integrated Stack Capacitor) 공정을 응용했고, 완성된 제품을 하나씩 검사하는 테스트 설비도 자체 개발했다. 삼성전기는 관련 시장이 2026년부터 2031년까지 연평균 18% 성장할 것으로 보고 있다.

증권가는 올해 삼성전기 매출을 13조~14조원대로 전망한다. IBK투자증권은 12조 7722억원, 현대차증권은 14조 770억원 을 제시했다. 실리콘 캐패시터 신규 수주에 더해 플립칩 볼그리드어레이(FC-BGA) 투자 확대와 MLCC 가격 인상이 실적 개선을 이끌 것으로 봤다. 김원기 삼성전기 실리콘 캐패시터 개발담당 그룹장은 "캐패시터 부품과 실리콘 캐패시터, 패키지 기판을 모두 할 수 있는 회사는 삼성전기가 유일하다"고 말했다.

/구남영 기자 koogija_tea@

"기존 모델 강점 그대로, IoT 기능은 강화"

코웨이 '아이콘 정수기 2 뉴에디션'
맞춤 온도·용량 설정 기능 업데이트
소비자 취향 맞춘 신규 색상 5종

코웨이가 IoT 맞춤 기능과 색상 라인업을 강화한 '2026년형 아이콘 정수기 2 뉴에디션(사진)'을 출시했다.

14일 코웨이에 따르면 2026년형 아이콘 정수기 2 뉴에디션은 기존 모델의 강점인 콤팩트한 사이즈와 위생 성능은 계승하면서 사용 편의성과 디자인 완성도를 한층 강화했다.

신제품에는 코웨이 정수기만의 특화 기능인 맞춤 온도·용량 설정 기능을 업데이트했다. 기존 온수 추출 시에는 온도가

45·70·85·100℃ 4단계로 고정돼 있었으나, 2026년형부터는 IoCare+ 앱을 통해 온수 온도를 5℃ 단위로 세밀하게 설정할 수 있다.

물 양 맞춤 설정 기능도 더욱 자유로워졌다. 기존에는 앱을 통해 'MY 용량' 기능으로 한 가지 물 양만 설정할 수 있었지만, 2026년형 모델은 앱을 통해 연속 추출 외에도 출수량을 최대 3개까지 직접 구성할 수 있다. 각 용량은 120ml부터 1l까지 10ml 단위로 선택 가능하다.

색상 라인업도 새롭게 정비했다. 인테리어를 중시하는 소비자 취향과 시리즈 일관성을 함께 반영해 트렌디한 ▲푸어 화이트 ▲플래티넘 실버 ▲씨엘 블루 ▲



블룸 핑크 ▲크림 베이지 신규 컬러 5종을 적용했다. 기존 페널 그레이까지 총 6종으로 구성돼 지난 2월 출시한 '아이콘 정수기 3'와 동일한 색상 체계를 갖추게 됐다. 가로 18cm의 콤팩트한 본체에는 나노 트랩 필터 시스템이 탑재돼 녹조 독소를 비롯한 바이러스·환경호르몬·유해 중금속 등 총 94종의 유해 물질을 걸러낸다. 아울러 스마트 진단 기능이 정수기 상태와 이상 여부를 감지해 음성으로 안내하며, 앱을 통해 기기 상태를 확인할 수 있다.

/김승호 기자

기보, 117명 신입직원 채용... 역대최대 규모

AI 확산·산업환경 변화 대응
이달 30일 오후 4시까지 지원 접수

기술보증기금이 지난해에 이어 역대 최대 규모인 117명의 신입직원을 채용한다.

14일 기보에 따르면 올해는 인공지능(AI) 확산과 산업환경 변화에 대응할 전문인력을 확보하는 데 중점을 두고 채용을 추진할 계획이다.

모집 부문별 채용인원은 직무에 따라 ▲기술보증 및 기술평가 부문 105명 ▲법무·채권관리 부문 7명 ▲전산 부문 5명이다. 기보는 국가직무능력표준(NCS)을 기반으로 한 완전 블라인드 채용을 통해 불합리한 차별과 편견을 배제하고, 역량 중

심의 우수 인재를 선발할 계획이다.

이번 신입직원 채용은 서류전형, 필기전형, 1차 면접전형, 2차 면접전형의 총 4 단계로 진행되며, 최종 합격자는 오는 11월 초 발표할 예정이다.

입사 지원은 이달 30일 오후 4시까지 기보 채용 누리집을 통해 온라인으로 접수할 수 있다. 필기전형은 오는 8월 1일 서울, 부산, 대전 3개 지역에서 동시에 치러진다.

김승호 기보 이사장은 "공정하고 투명한 채용을 바탕으로 전문성과 역량을 갖춘 인재를 선발하고, 기술금융 지원 역량을 강화해 중소기업의 혁신성장을 적극 뒷받침하겠다"고 밝혔다. /김승호 기자

'주말 장보기'로 제철 식품 합리적 구매

공영홈쇼핑, 2주간 6.2억 판로 지원

공영홈쇼핑이 매주 주말 제철 식품과 생필품을 한데 모아 판매하는 '주말 장보기' 기획전이 호응을 얻고 있다.

14일 공영홈쇼핑에 따르면 '주말 장보기'는 매주 금요일 오전 10시부터 월요일 오전 10시까지 공영홈쇼핑 모바일에서만 나눌 수 있다. 우리 중소기업 상품과 농축수산물 판로를 넓히고, 소비자의 장바구니 물가 부담을 덜기 위해 기획했다.

지난 12일부터 진행한 이번 장보기에는 신비복숭아, 초당옥수수, 참외 등 제철 식품과 도마 세트, 냉동용기 등의 생필품이 마련됐다. 해당 상품을 모바일로 주문하면 5% 즉시 할인을 받을 수 있다. 상품에 따라 최대 10%까지 적립금도 지급된다. 적립금은 배송 완료 후 적립되며 유효기간은 30일이다.

지난달 29일 첫 선을 보인 '주말 장보기'는 2주간 약 6억 2000만원 어치의 판로



를 지원했다. 세탁제제, 휴지, 오징어 등 장바구니 단골 상품들이 판매 상위권을 기록했다. 특히 40~60대가 전체 주문건수의 86%를 차지하며 주말 상차림을 고민하는 고객들에게 인기를 모은 것으로 나타났다.

공영홈쇼핑 관계자는 "소비자가 필요로 하는 상품을 면밀히 파악해 매주 엄선된 상품을 선보임으로써 맞춤형 판로 지원을 확대하기 위해 '주말 장보기'를 기획했다"고 말했다. /김승호 기자